



Analisis KR Nasib Media Cetak

Dr P Ari Subagyo MHum

MEDIA cetak merupakan modus komunikasi tertua, bahkan sejak masa Julius Caesar pada tahun 59 SM. Media cetak tertua bernama Relation, diterbitkan Johan Carolus (1605) di Inggris.

Sekarang, empat abad kemudian, manusia telah memasuki era teknologi informasi dan komunikasi. Pertukaran informasi begitu cepat dan gampang. Dengan gawai (gadget) kita bahkan dapat mempraktikkan jurnalisme warga.

Lalu, bagaimana nasib media cetak di tengah impitan media online dan media sosial?

Ketika radio dan televisi mulai mengudara pada 1900-an dan 1960-an, orang telah membayangkan media cetak tidak bertahan.

* Bersambung hal 5 kol 1

Kedaulatan Rakyat

SELASA WAGE,

9 FEBRUARI 2016

Nasib Media

Sambungan hal 1

Namun, media cetak tetap mampu berkembang. Jadi, radio dan televisi bukanlah musuh bagi koran.

Namun, sekarang media cetak sungguh terancam. Selain harga kertas dan tinta terus melonjak dan biaya produksi meningkat, mereka menghadapi musuh nyata, yakni media online dan media sosial. Hadimnya smartphone berbasis Web 2.0 yang bersifat multiarah membuat web tak hanya menyebarkan isi, tetapi juga menjadi medium komunikasi massal.

Media online mendorong manusia menemukan cara membaca baru, yakni membaca layar (*screen reading*). Cara ini pada gilirannya membuat para pemasang iklan juga berpindah ke media online. Maka makin terpuruklah nasib media cetak yang 70-80% penghasilannya dari iklan.

Kematian media cetak sangat terasa di Eropa dan AS. The Sun di Inggris milik Rupert Murdoch bangkrut sejak 2007. Nasib sama juga menimpa sejumlah harian ternama di AS, seperti Chicago Tribune, Los Angeles Time, dan The Rocky Mountain News di samping puluhan lainnya.

The Washington Post dan The Wall Street Journal pun sekarang merelakan edisi cetaknya dibagikan gratis. Bahkan sejak 1 Januari 2013, majalah Newsweek beralih menjadi media online. Majalah sangat berpengaruh selama 80-an, tahun itu tak kuasa menahan godaan bermain maya.

Nasib mereka seolah memenuhi 'ramalan' Bob Garfield (The Chaos Scenario, 2005) bahwa kiamat media cetak sudah dekat. Ramalan senada diajukan Philip Meyer (The Vanishing Newspaper, 2009) bahwa sejarah media cetak akan berakhir pada 2043. Mungkin benar media cetak tak mungkin bertahan karena ekonomi sedang bergerak ke arah berbeda.

Bagaimana nasib media cetak di Indonesia? Hadimnya media online dan media sosial tentu juga terasa. Menurut Dewan Pers, pada 2014 tercatat jumlah total media cetak 567 (312 harian, 173 mingguan,

dan 82 bulanan). Jumlah itu 200% lebih banyak dibandingkan tahun 2000 yang hanya tercatat 290. Namun, di pihak lain, menjamumnya media online dan media sosial menyebabkan sirkulasi oplah hanya tumbuh 0,25%.

Beberapa media cetak memang mulai berguguran, termasuk harian sore tertua Sinar Harapan yang mengakhiri penerbitannya mulai 1 Januari 2016. Di Indonesia, penetrasi media online dan media sosial memang belum semasif di Eropa dan AS. Jumlah pengguna internet memang terus meningkat, tetapi pola konsumsi media kita berbeda dengan warga Eropa dan AS yang sudah *online-minded*.

Ini merupakan peluang bagi media cetak untuk tetap hidup di negeri ini. Apalagi iklan masih tetap menjanjikan, dan media cetak tetap menjadi pilihan untuk beriklan. Keyakinan dalam Kongres Serikat Penerbit Surat Kabar (SPS) 2010 bahwa kue iklan masih menjanjikan, tetap berlaku hingga sekarang. Pihak utama yang pantas merasakan adalah media cetak yang memiliki khalayak pembaca tradisional dan fanatik sebagai sasaran iklan.

Untuk itu, media cetak perlu dikelola dengan langkah-langkah strategis. *Pertama*, terus merangkul pembaca baru dari kalangan muda lewat berita dan informasi yang mereka perlukan. *Kedua*, memiliki fokus pada ceruk informasi (*niche*) tertentu sebagai keunikan. *Ketiga*, berfokus pada kebutuhan pengguna sehingga media cetak dituntut mampu memadukan kepentingan berbagai pihak dalam rubrikasi yang menarik. *Keempat*, menjadi ruang terbuka bagi siapa pun sehingga perlu menyediakan rubrik khusus untuk aspirasi pembaca, termasuk berita-berita dari mereka. Hanya dengan langkah-langkah itu media cetak dapat bertahan di tengah gempuran media online dan media sosial.

(Penulis adalah Dosen Jurnalistik, Dekan Fakultas Sastra USD)-d